

# **PROSPEK PEMBANGUNAN SUB TERMINAL AGRIBISNIS DALAM RANGKA PERBAIKAN KINERJA PEMASARAN DAN PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI DI WILAYAH TIMUR KABUPATEN SIKKA**

**Sarlina Noni, Dwi Putra Darmawan<sup>1)</sup>, Wayan Suarthana<sup>2)</sup>**

Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Udayana,  
E-mail : sarlinanoni@yahoo.co.id

<sup>1)</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Bali, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Bali, Indonesia

## ***Abstract***

### ***The Prospect of The Construction of Sub Terminal Agribusiness in Order to Repair-Performance Marketing and an Increase an The Income of Farmers in The Eastern Region of Sikka***

Sub-terminal agribusiness, marketing agencies or concept as a market that is well managed to increase added value to farmers, in addition to educating farmers improve the quality of its products, as well as change the mindset toward agribusiness and became one of the original sources of income of the region. This research aims to study the development of agribusiness sub-terminal, the factors that affect the role of man, money, machines, methods, market in the construction of sub terminal agribusiness and agribusiness development influence sub terminal of performance marketing and an increase in revenue.

This research was conducted in the eastern region of sikka on seven districts (Kewapante, Hewokloang, Bola, Doreng, Waigete, Talibura, Waiblama), which is the producer of crop plantations. Determination of the number of respondents is based on the number of respondents with slovin methods as much as 98 people, retrieval technique using purposif method of sampling respondents. Data collection techniques include: observation, interviews, and documentation, and data analysis using the method of quantitative analysis with test PLS.

The results showed that the role of the factor man, money, machines, methods, market development of sub terminal agribusiness is very high, with the highest factor is the role of money and the correlation between a factor and mutually binding is the highest factor method. Construction of the sub-terminal agribusiness is real and positive affect performance marketing, the biggest factor is the factor of influence machines and produc. Construction of the sub-terminal agribusiness is real and positive influence of income with respect to the measurement of each factor is a positive and very real. Machines and creativity factor is the factor that has the most influence is high. Influence directly the sub terminal of agribusiness marketing and income is very real, as are the direct influence of marketing revenue.

The suggestions can be put forward: (1) the role of government and private institutions as well as in the repair of chain or a marketing system as long as it does not favour to farmers producing crops of farmer plantations mainly by improving the existing marketing systems and monitoring of market prices, (2) a binding between the joint government and private institutions in strengthening marketing, repair and construction of infra structure: roads, bridges, ports, storage sheds to grow smooth results marketing process, (3) need for cooperation by all parties both from the educational institutions/universities, governments and private institutions to assist farmers in improving usahataninya, and (4) sikka to government as soon as possible to build a sub terminal agribusiness which is one of the marketing agency that coordinated or arranged properly to improve marketing systems that have an impact on increased life and well-being of farmers ' lives.

**Key words:** Development, Sub Terminal Agribusiness, Marketing Performance, and Increased Opinion

## Pendahuluan

Untuk mewujudkan tujuan pengembangan ekonomi kerakyatan, terutama di sektor pertanian maka perlu dipersiapkan kebijakan strategis untuk memperbesar atau mempercepat pertumbuhan sektor pertanian, khususnya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani. Agribisnis memerlukan lembaga penunjang, seperti lembaga pertanahan, pembiayaan/keuangan, pendidikan, penelitian, dan perhubungan. Lembaga pendidikan dan pelatihan mempersiapkan para pelaku agribisnis yang profesional, sedangkan lembaga penelitian memberikan sumbangan berupa teknologi dan informasi.

Keragaman tanaman perkebunan yang ada di Kabupaten Sikka yang diusahakan oleh petani sangat berpotensi dan merupakan aset yang mampu memberikan manfaat ekonomi secara berkesinambungan. Hasil tanaman perkebunan yang berpotensi dan sangat bagus dalam kualitas maupun kuantitasnya, tetapi pada kenyataannya para petani masih tergolong hidup miskin atau pendapatannya masih kurang, hal ini dapat dilihat dengan akses petani terhadap pendidikan, kesehatan, listrik, sarana prasarana, teknologi, sandang, pangan maupun papan.

Melihat keadaan yang demikian dan dihubungkan dengan hasil perkebunannya, maka harus segera dibenahi atau diperhatikan sistem pemasarannya, karena secara keadaan aktual atau nyata yang ada di wilayah timur kabupaten ini, saat panen yang berlimpah, hasil yang bagus dalam kualitasnya tetapi harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh petani dan hal ini membuat para petani tidak mempunyai pilihan dikarenakan oleh terbenturnya kebutuhan hidup, pendidikan anak dan lain sebagainya. Pemasaran pada wilayah ini masih dilakukan secara konvensional dengan memanfaatkan peran gapoktan. Pemasaran dalam gapoktan berfungsi sebagai pusat perdagangan dan transaksi produk-produk pertanian bagi para anggotanya yang terintegrasi dengan berbagai fasilitas kegiatan penunjangnya. Sistem pemasaran yang selama ini dijalankan oleh gapoktan-gapoktan dalam wilayahnya masing-masing belum tertata secara profesional.

Untuk meningkatkan perannya pada sistem pemasaran pertanian maka petani/kelompok tani/gapoktan membutuhkan sebuah tempat untuk mendukung proses sortasi, pengangkutan, penyimpanan, pengawetan, pengemasan, dan sarana pertukaran informasi harga baik masukan maupun keluaran yang dikoordinasikan oleh suatu manajemen, dalam sebuah lembaga pemasaran. Oleh sebab itu untuk memperlancar pola dan kegiatan pemasaran di tingkat gapoktan dan distribusi produk-produk pertanian yang dilaksanakan petani/kelompok tani, haruslah dirubah/ditingkatkan, atau dengan kata lain memadukan pemasaran yang ada pada semua gapoktan yang tersebar sebagai lembaga pemasaran ditingkat petani ke dalam sebuah lembaga pemasaran yang lebih besar dan kuat.

Melihat potensi yang ada di Kabupaten Sikka, yang dapat mendorong berkembangnya pasar lintas kota atau daerah dan sebagai pemasok produk-produk pertanian lainnya bagi masyarakat di sekitarnya serta perpaduan pemasaran dalam semua gapoktan yang tersebar dalam wilayah ini, maka dapat dibentuklah sebuah lembaga pemasaran yang lebih besar dan kuat, seperti sub terminal agribisnis.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh faktor *man, money, method, machines, market* terhadap pembangunan sub terminal agribisnis?
2. Bagaimana pengaruh pembangunan sub terminal agribisnis terhadap perbaikan kinerja pemasaran?
3. Bagaimana pengaruh pembangunan sub terminal agribisnis, terhadap peningkatan pendapatan petani?
4. Bagaimana pengaruh diantara pembangunan sub terminal agribisnis, kinerja pemasaran dan peningkatan pendapatan petani?

## Tinjauan Pustaka

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan pasar yang selalu berubah.

Sub terminal agribisnis (STA), merupakan salah satu upaya untuk menanggulangi kurangnya akses pasar dan memperbaiki posisi tawar petani. Sub terminal agribisnis merupakan suatu lembaga pemasaran atau konsep pasar yang tertata atau dikelola dengan baik sesuai dengan harapan para petani. Sub terminal agribisnis yang merupakan konsep pasar yang dekat dengan petani sebagai produsen. Keberadaan STA ini dikonsepsikan dekat dengan produsen dalam rangka mendekatkan pelayanan pemasaran formal ke petani dan kelompok tani, sehingga petani lebih memiliki akses ke pasar penjualan hasil serta merupakan kelembagaan pasar yang dapat memperlancar distribusi pemasaran komoditi pertanian juga bertujuan membantu petani meningkatkan nilai tawar petani (*bargaining position*) dapat terwujud. Fungsi STA pada dasarnya adalah untuk meningkatkan nilai tambah bagi petani dan pelaku pasar, disamping untuk mendidik petani memperbaiki kualitas produknya, sekaligus juga mengubah pola pikir ke arah agribisnis serta menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah.

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis umum dalam penelitian ini adalah di duga pembangunan sub terminal agribisnis dapat memperbaiki kinerja pemasaran dan peningkatan pendapatan petani pada Wilayah Timur Kabupaten Sikka.

Hipotesis:

- 1) *Man, money, method, machines, dan market* berpengaruh terhadap pembangunan sub terminal agribisnis.
- 2) Pembangunan sub terminal agribisnis berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.
- 3) Pembangunan sub terminal agribisnis berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan petani.
- 4) Pembangunan sub terminal agribisnis berpengaruh terhadap kinerja pemasaran dan peningkatan pendapatan petani.

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Wilayah Timur Kabupaten Sikka di tujuh kecamatan dengan masing-masing kecamatan diambil 2 desa. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposif sampling*.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani pemilik tanaman perkebunan, seperti : kelapa, kakao, jambu mete, cengkeh, pala, kemiri. dan menjadi anggota gapoktan. Pengambilan jumlah sampel berdasarkan metode *purposif sampling*. Berdasarkan rumus Slovin diperoleh jumlah responden sebanyak 98 orang Teknik analisis menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengukuran data menggunakan sistem skoring dan model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling – SEM*) berbasis *variance* atau *Component based SEM/PLS*.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Pengaruh Faktor 5 M terhadap Pembangunan Sub Terminal Agribisnis

Berdasarkan hasil analisis dengan visual PLS menunjukkan bahwa koefisien parameter jalur yang diperoleh dari hubungan *man, money, method, machines, dan market* terhadap sub terminal agribisnis di atas 0,50 dengan nilai T-statistik > 2,58 pada taraf signifikan = 0,1 (10 %), hal ini berarti faktor *man, money, method, machines, dan market* berpengaruh positif dan sangat nyata terhadap sub terminal agribisnis. Semakin besar pengaruh peranan faktor *man*,

*money, method, machines, dan market* maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap proses pembangunan sub terminal agribisnis.

### **Pengaruh Sub Terminal Agribisnis terhadap Kinerja Pemasaran**

Berdasarkan hasil analisis dengan visual PLS menunjukkan bahwa, koefisien parameter antara sub terminal agribisnis (X1-X5) terhadap kinerja pemasaran (Y1) sebesar 0.982 dengan nilai T-statistik  $281,4825 > 2,58$  taraf signifikan = 0,1 (10 %). Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan sangat nyata antara sub terminal agribisnis dan kinerja pemasaran, semakin tinggi pengaruh sub terminal agribisnis maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap perbaikan kinerja pemasaran.

### **Pengaruh Sub Terminal Agribisnis terhadap Peningkatan Pendapatan**

Berdasarkan hasil analisis dengan visual PLS menunjukkan bahwa koefisien parameter, antara sub terminal agribisnis (X1-X5) terhadap pendapatan (Y2) sebesar 0.4940 dengan nilai T-statistik 8.9622 yang berarti  $> 2,58$ , pada taraf signifikan (10 %), Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan sangat nyata antara sub terminal agribisnis dan peningkatan pendapat, semakin tinggi pengaruh sub terminal agribisnis maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap peningkatan pendapat petani. Semakin tinggi pendapatan petani akan berdampak pula pada tingkat kesejahteraan petani.

### **Pengaruh antara Sub Terminal Agribisnis, Kinerja Pemasaran, dan Peningkatan Pendapatan**

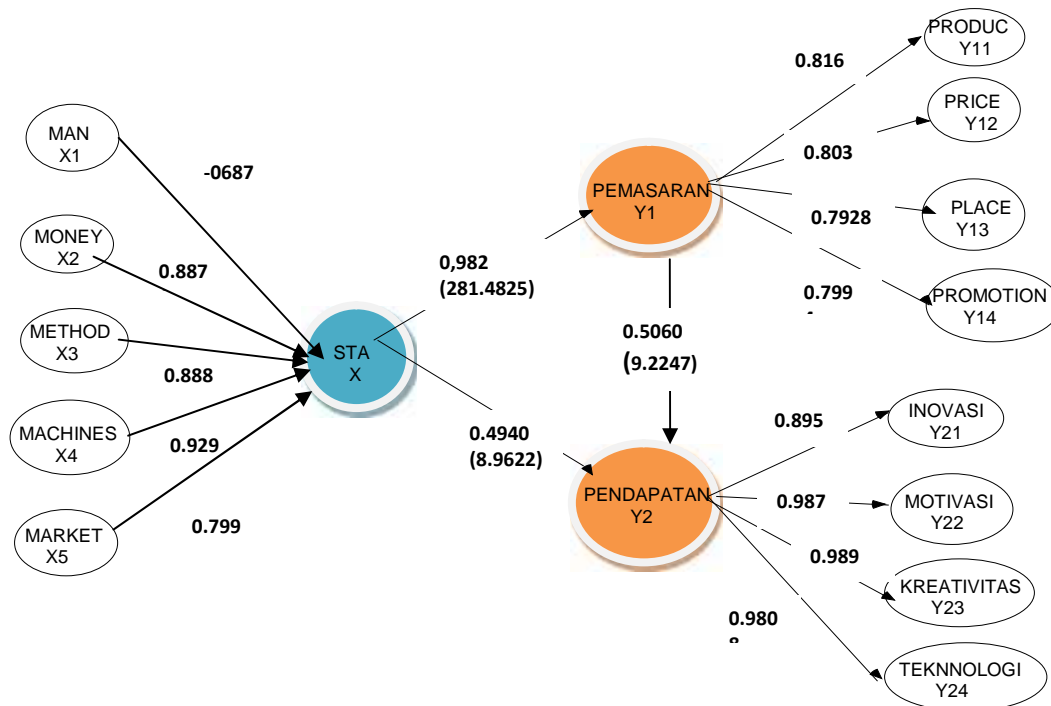
Berdasarkan hasil analisis visual PLS, dapat diketahui model persamaan hubungan regresi struktur yang terbentuk antara variabel eksogen dengan variabel endogennya masing-masing. Model persamaan hubungan regresinya adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran = 0,9820 Terminal .....(1)
2. Pendapatan = 0.4940 Terminal + 0.5060 Pemasaran.....(2)

Pengaruh diantara STA dan pemasaran terhadap pendapatan, terbukti bahwa pemasaran lebih besar pengaruhnya terhadap pendapatan dari pada STA. Dalam mempengaruhi pendapatan, STA secara mandiri sebesar 0,494; tetapi STA juga mempunyai pengaruh tidak langsung melalui pemasaran 0,982.

Berdasarkan hasil pengujian Visual PLS yang telah dilakukan, pengaruh secara langsung dan tidak langsung antara sub terminal agribisnis terhadap pemasaran dan peningkatan pendapatan dengan koefisien path yang memiliki nilai T-statistik  $> 2,58$ . Hal ini berarti sub terminal agribisnis (*man, money, method, machines, dan market*) secara positif dan sangat nyata mempengaruhi kinerja pemasaran dan peningkatan pendapatan (*product, price, place, promotion, inovasi, motivasi, kreativitas, dan teknologi*).

Berdasarkan model persamaan hubungan regresi struktur yang terbentuk antara variabel eksogen dengan variabel endogennya masing-masing, maka dapat diketahui bahwa sub terminal agribisnis memiliki pengaruh lebih besar terhadap kinerja pemasaran dan peningkatan pendapatan bila dibandingkan dengan kinerja pemasaran terhadap pendapatan. Pengaruh STA dan pemasaran secara bersama-sama terhadap pendapatan dengan koefisien determinan (*R-Square*) sebesar 0,965 dan 0,992 yang mana kedua-duanya memiliki nilai hampir mendekati 1, berarti Sub Terminal Agribisnis sangat layak untuk dibangun. Lebih jelasnya pengaruh pembangunan sub terminal agribisnis terhadap kinerja pemasaran dan peningkatan pendapatan, dapat dilihat pada Gambar berikut.



## Simpulan dan Saran

### Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Peranan faktor *man*, *money*, *method*, *machines*, *market* terhadap pembangunan sub terminal agribisnis sangat tinggi, dengan nilai peranan yang tertinggi adalah faktor *money* dan korelasi antar faktor yang tertinggi dan saling mengikat adalah faktor *method*
2. Pembangunan sub terminal agribisnis secara nyata dan positif mempengaruhi kinerja pemasaran, dengan pengaruh faktor terbesar adalah faktor *machines* dan *product*;
3. Pembangunan sub terminal agribisnis secara nyata dan positif mempengaruhi pendapatan dengan melihat pengukuran masing-masing faktornya adalah positif dan sangat nyata. Faktor *machines* dan kreativitas merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling tinggi.
4. Pengaruh secara langsung sub terminal agribisnis terhadap pemasaran dan pendapatan adalah sangat nyata, demikian juga pengaruh langsung pemasaran terhadap pendapatan. Pengaruh STA dan pemasaran secara bersama-sama terhadap pendapatan dengan melihat nilai koefisien determinan (*R-square*), maka sub terminal agribisnis tersebut sangat layak untuk dibangun.

### Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan, dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Peran serta lembaga pemerintah dan swasta dalam perbaikan rantai atau sistem pemasaran yang selama ini tidak berpihak kepada petani terutama petani penghasil tanaman perkebunan dengan memperbaiki sistem pemasaran yang ada dan pemantauan harga pasar
2. Kerjasama yang mengikat antara lembaga pemerintah dan swasta dalam penguatan lembaga pemasaran, perbaikan dan pembangunan infra struktur: jalan, jembatan, pelabuhan, gudang penyimpanan hasil untuk membantu kelancaran proses pemasaran
3. Perlu adanya kerja sama semua pihak baik dari lembaga pendidikan/ perguruan tinggi, pemerintah dan lembaga swasta untuk membantu petani dalam meningkatkan usahatani.

4. Pemerintah Kabupaten Sikka untuk sesegera mungkin membangun Sub Terminal Agribisnis yang merupakan salah satu lembaga pemasaran yang terkoordinasi atau tertata dengan baik untuk memperbaiki sistem pemasaran yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan hidup petani

### Ucapan Terima Kasih

Melalui media ini, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada pembimbing I dan pembimbing II: Bapak Prof. Dr. Ir. Dwi Putra Darmawan, MP dan Bapak Prof. Dr. Wayan Suartha, SE., Ak.,M.Si atas bimbingan serta dukungan yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan penuh semangat.

### Daftar Pustaka

- Adiwilaga, A. 1992. Ilmu usahatani. Alumni, Bandung.
- Anugrah, 2004, Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) dan Pasar Lelang Komoditas Pertanian dan Permasalahannya, *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 22, No. 2, hlm.102 – 112.
- Aukley, G. 1983. Teori Makro Ekonomi. Terjemahan Paul Sihothan. Unuversitas Indonesia, Jakarta.
- Arikunto (2006) Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Edisi Revisi, Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri. 2007 Manajemen Pemasaran. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Departemen Pertanian, 2000, Petunjuk Teknis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis. Jakarta, Departemen Pertanian.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta . PT. Bumi Aksara.
- Ferdinand, Augusty, 2002, “Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1 No, 1, p. 1-22.
- Fillis, Ian and Andrew McAuley, 2000, “Modelling and Measuring Creativity at the Interface”, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Spring, p. 8-17.
- Ghozali, I, 2002, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadjimanolis, Athanasios, 2000, “An Investigation of Innovation Antecedents in Small Firms in the Context of Small Developing Country”, *R&D Management*, Vol. 30, p. 235-245.
- Keats et.al, 1998. “A Causal Model of Linkages Among Environmental Dimentions, Macro Organizational Characteristic and Performance” *Academy of Management Journal*, Vol. 31, p.570-598.
- Kewirausahaan Dan Inovasi Usaha Agribisnis 2004 :Disampaikan pada Lokakarya dan Pembekalan Tim Pelaksana Program Mitra Desa – Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, Philip 1981. Manajemen Pemasaran, edisi keempat, jilid I, Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip, 2000. Manajemen Pemasaran : analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2007. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.
- Kuznets S. 1964. *Economic Growth and Contribution of Agriculture*. In Eicher, C.K.and Witt, L.W. (eds). *Agriculture in Economic Development*. McGraw Hill. New York.
- Rahardja dan Manurung (2001) Teori Ekonomi Mikro, Suatu Pengantar. Edisi Ketiga. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Mardiyanto, Agus, 2002, “Studi Mengenai Kreativitas Program dan Kinerja Pemasaran”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, p. 57-78.

- Menon et al. (1996) Menon A, Bharadwaj S.G, and Roy Howell, 1996, "The quality and effectiveness of marketing strategy: effect of functional and disfunctional conflict in intraorganizational relationship". *Journal of Marketing*. Vol 24. No.4 p.299-313.
- Menon et al. (1999) Menon, Anil, Sundar G. Bharadwaj, Phani Tej Adidam dan Steven W. Edison, 1999, "Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making : A Model and A Test", *Journal of Marketing*, Vol. 63, p.18-40.
- Pitt, L. F. and Kannemeyer, 2000, "The role of adaptation in microenterprise development : a marketing perspective," *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol 5.(2.)
- Singarimbun.M. dan Efendi.S,2006, Metode Penelitian Survei. Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia.
- Soekartawi, A. Soehardjo, John L. Dillon dan J. Brian Hardaker. 1986. Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Samuelson dan Nordhaus (2004), Samuelson, P.A. dan Nordhaus W.D. (1996). Mikro Ekonomi Edisi Keempat Belas. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Syahza. A, (2002a).Potensi Pengembangan Desa Tertinggal dan Mobilitas Penduduk di Kabupaten Bengkalis Riau, dalam Kependudukan, Vol 4 No 2, Juli 2002, Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Penelitian Unpad, Bandung. Hal 136-149.
- Sugiyono (2006) Metode Penelitian Bisnis. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2008) Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung. CV. Alfabeta.
- Suparyadi. 2004. Pengaruh Faktor-faktor Lingkungan Makro Ekstern, Lingkungan Mikro Ekstern, Bauran Pemasaran dan Lingkungan Non Pemasaran Intern Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Rangka Pemberdayaan Industri Kecil Gula Merah di Kabupaten Kediri. *Ekuitas Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 8(2): 265-289.
- Tandjung, D. 2001 Metoda Analisis Studi Kelayakan Pembangunan ST/STA. Makalah pada apresiasi Manajmene Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi, Cisarua.
- Tjiptono, Fandy, 2001, Strategy Pemasaran, Penerbit : Andi offset, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta.
- Thomas W Zimmerer kewirausahaan dan manajemen bisnis kecil, 2002. Prenhallindo, Jakarta.